

- создание максимально возможных условий для самовыражения и проявления инициативы;
- привлечение студентов к участию в деятельности СНО и проведению научных работ;
- дальнейшее внедрение в процесс обучения инновационных технологий обучения и привлечение к учебному процессу практических работников здравоохранения;
- разработка индивидуальных программ развития ПВК и технологии повышения конкурентоспособности специалистов экономистов - менеджеров здравоохранения.

Решение этих задач будет способствовать формированию у студентов факультета ЭУЗд ПВК для управленческой деятельности в здравоохранении.

Нравственному и идеологическому воспитанию будет способствовать разработка «Кодекса чести студента факультета ЭУЗд», «Корпоративной культуры факультета». По замыслу эти документы должны содержать общую цель совместной деятельности, нормы правил поведения студентов факультета, принципы обучения на факультете (помощи, единства, взаимовыручки, уважения, справедливости и т.д.).

Работа представлена на II научную конференцию студентов, молодых ученых и специалистов «Современные проблемы науки и образования», 19-26 февраля 2005г. Хургада (Египет). Поступила в редакцию 12.01.05 г.

ПРОБЛЕМЫ АВТОМАТИЗАЦИИ ФАКТОРНОГО АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Добров А.А., Кацуба О.Б.

*Поволжский кооперативный институт
Центросоюза РФ,
Энгельс*

Рост предпринимательской активности и переход к разнообразным формам собственности — основные направления современного этапа рыночной экономики России. Новые требования к управлению предприятием, предъявляемые рыночными отношениями, требуют изменения технологической базы производства.

Вся деятельность предприятия ориентирована на достижение целевых показателей, таких как прибыльность, рост объема продаж, для чего необходимо использовать современные принципы планирования, основанные на современных информационных технологиях.

Автоматизация факторной модели формирования прибыли позволяет предприятию проводить анализ прибыли, прогнозировать изменение ее величины и лавировать суммы доходов и расходов, применяя критерий оптимальности с использованием электронных таблиц Excel.

При факторном методе планирования балансовой прибыли цели должны быть сгруппированы в факторы. Их выбор обусловлен непосредственным воздействием на величину прибыли. Такими ук-

рупненными факторами могут быть: рост (снижение) выручки от реализации продукции; изменение себестоимости продукции; организация выпуска новой продукции; изменение цен на продукцию предприятия; изменение цен на покупные товарно-материальные ценности; изменение оплаты труда; изменение прибыли от прочей реализации и от вне-реализационных операций. Эти факторы при необходимости могут быть дополнены или детализированы. При планировании финансовых результатов деятельности предприятия, руководство, на наш взгляд, может исходить из двух ситуаций: предприятию в будущем году необходимо получить определенные финансовые результаты (сумму прибыли); предприятию в будущем году необходимо решить определенные проблемы (увеличить выручку от реализации, снизить постоянные расходы и т. п.).

На разных фазах управления производством приходится решать многочисленные функциональные задачи управления, которые агрегируются в комплексы функциональных задач. Фиксация текущего состояния производства осуществляется в фазе учета. Выходная информация фазы учета используется фазой анализа. В фазе анализа получают аналитические таблицы, графики, рекомендации по регулированию производства. Далее происходит прогнозирование результатов деятельности предприятия на будущий отчетный период. Для расчета прогнозируемых величин используются математические методы и модели.

На основе выходной информации фазы прогнозирования руководство разрабатывает стратегию развития предприятия. Исходя из того, что на одних фазах управления решаются задачи стратегического характера, а на других - задачи оперативного характера, фазы управления разделены на области управления. В области стратегического управления последовательно осуществляется учет, анализ, прогнозирование и планирование производственного процесса. Затем информация поступает на производство. С этого момента управление переходит в область оперативного.

В зависимости от меры влияния на исходную информацию, фазы управления были разделены нами на активные и пассивные. Так, фазы регулирования и планирования предусматривают активное воздействие на результаты производственного процесса. Фазы учета, анализа и прогнозирования определены нами как «пассивные», так как не требуют ввода дополнительной информации, кроме информации о производственном процессе, и являются лишь отражением действий руководства предприятия, предпринимаемых в фазах планирования и регулирования.

Математические модели и методы решения функциональных задач тесно переплетаются в различных фазах управления. Это способствует тому, чтобы алгоритмическое и программное обеспечение фаз управления являлось общим и составляло обобщенную алгоритмическую модель процесса обработки данных. Одним из основных инструмен-

тов обработки данных являются табличные процессоры.

В настоящее время рынок компьютеризированных управленческих программ достаточно насыщен, однако цены на эти программы высоки. Для организации учета и анализа не обязательно приобретать специальную программу или привлекать для этих целей специалистов. Обладая навыками работы в электронных таблицах Excel, каждый специалист может самостоятельно произвести требуемые расчеты и получить базу для анализа финансового состояния предприятия.

Решение задачи следует начинать с разработки структуры таблицы, определения расчетных формул и необходимых исходных данных. Фактически требуется представить алгоритм решения задачи в табличной форме. Таким образом, автоматизированная факторная модель представляет собой набор таблиц, связанных друг с другом.

Данные подразделяются на входные, расчетные и выходные. Входные (исходная информация) - это данные, получаемые из первичных источников информации (бухгалтерская отчетность) и создающие информационную базу. Расчетные - это данные, формирующиеся из других источников при алгоритмических преобразованиях и участвующие во вспомогательных и промежуточных расчетах. Выходные данные являются результатом обработки первичных (входных) данных по соответствующей модели. Эти три вида данных, объединенные в самостоятельные таблицы необходимы для первой фазы анализа прибыли. При этом таблицы исходной информации должны содержать ссылки на первичный источник информации (форму бухгалтерской отчетности).

Аналогичным образом может производиться автоматизация других звеньев анализа. Результаты фазы анализа прибыли являются входной информацией для фазы прогнозирования. Прогнозирование и планирование прибыли производится на основе одних и тех же расчетных таблиц, разработанных в фазе анализа, с использованием различных вариантов показателей.

Таким образом, все три фазы управления (анализ, прогнозирование и планирование) проигрываются на одних и тех же таблицах, что обеспечивается единым факторным подходом к изучению показателей, формирующих прибыль. Такой подход, использующий на различных фазах управления одни и те же показатели, позволяет более наглядно представить изменения в прогнозе развития предприятия и при планировании его деятельности, и дает возможность адекватного сравнения результатов управления прибылью предприятия на разных фазах финансового управления.

Следует отметить, что процесс принятия управленческих решений в большей степени искусство, чем наука. Результаты выполненных формализованных аналитических процедур не являются или, по крайней мере, не должны являться единственным и безусловным критерием для того или иного управленческого решения. Они, в некотором смысле, - материальная основа управленческих ре-

шений, принятие которых основывается на интеллекте, опыте, логике, личных симпатиях и антипатиях лица, принимающего эти решения.

Использование в факторной модели показателей, базирующихся на действующих формах бухгалтерской отчетности, не требует увеличения информационной базы (за исключением наблюдения за индексами инфляции). Это позволяет применять разработанную модель практически на любом предприятии.

Работа представлена на научную конференцию с международным участием «Секция "Молодых ученых и студентов"», 19-26 февраля 2005г. Хургада (Египет). Поступила в редакцию 14.01.05 г.

ИДЕНТИФИКАЦИЯ КОНКУРЕНТОВ В ПРОЦЕССЕ ПОСТРОЕНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ

Карданова Л.И., Горбовская А.Р.

*Ставропольский государственный аграрный университет,
Ставрополь*

Задача формирования конкурентной маркетинговой стратегии заключается в определении условий обеспечивающих перемещение предприятия с нынешней позиции на более сильную. Как известно, конкуренция определяется действиями фирм, ведущими между собой борьбу на одном и том же рынке, которые могут помешать достижению целей роста или удержания/защиты завоеванных позиций. В связи с этим их идентификация является важной задачей, требующей обязательного решения в процессе построения конкурентной маркетинговой стратегии.

В настоящее время в теории и практики маркетинга сформировалось несколько подходов к выделению и ранжированию конкурентов. Классической в этом плане стала предложенная *Портером* концепция расширенного соперничества, которая рассматривает конкуренцию как результат действия пяти факторов:

1. Угроза вторжения или входные барьеры в отрасль.
2. Степень остроты конкуренции между фирмами внутри отрасли.
3. Угроза появления товаров-заменителей.
4. Рыночная власть покупателей.
5. Рыночная власть поставщиков.

Конкуренция не ограничивается лишь борьбой предприятий в одном и том же секторе рынка, так как она охватывает всех конкурентов, выполняющих одинаковые функции. При определении конкуренции как соперничества фирм, выполняющих одинаковые функции, необходимо учитывать, что ее угроза может исходить и от фирм, действующих вне данной отрасли. Конкуренция может также исходить и от предприятий из других отраслей, имеющих иную технологию. Поэтому, если организация собирает и систематизирует информацию о конкурентах только из своей отрасли, она оказывается ограниченной в представлениях о конкурент-